CZU: 659.3:316.485

TEHNICI ALE COMUNICĂRII DE MEDIERE JURNALISTICĂ

TECHNIQUES OF JOURNALISTIC MEDIATION COMMUNICATION

Georgeta STEPANOV,
doctor habilitat, profesor universitar
Universitatea de Stat din Moldova
ORCID: 0000-0001-9002-5743
georgeta.stepanov@usm.md

Medierea jurnalistică este o metodă de aducere pe agenda publică a unui conflict prin proiectarea acestuia într-un anumit spațiu informațional; ea „se manifestă drept un proces voluntar ce asigură formarea cadrelor flexibile de expunere și de dezbatere a problemelor și conflictelor interpersonale, de grup sau sociale” [1, p. 24]. Ca model al comunicării publice, medierea jurnalistică „este orientată să faciliteze comunicarea între părţile implicate în conflict, să le ajute să-și construiască un cadru relațional și acțional adecvat în vederea identificării soluțiilor viabile pentru fiecare caz mediatizat în parte. Și, în pofida faptului că mass-media nu dispune de prerogativele instrumentelor judiciare de mediere a conflictelor, reușita acțiunii de mediere jurnalistică a instituțiilor de presă rezidă în proiectarea mediatică a unor contexte comunicaționale care ar permite dezbaterea conflictului din diferite perspective și ar contribui la atingerea de către părțile aflate în conflict a unui consens cu efecte concrete.” [1, p. 24-25]

Rolul principal al medierii jurnalistice este să faciliteze comunicarea între actanți în vederea identificării unor căi optimale de depășire a neînțelegerilor și de soluționare a conflictului. „Punctele forte pentru părţile aflate în procesul de mediere sunt perspectiva soluţionării, îmbunătăţirea comunicării, înţelegerea şi capacitatea decizională. Toate presupun ca părţile să comunice pentru a se asigura că obţin informaţia corectă pentru a lua cea mai bună decizie în

soluţionarea şi chiar stingerea conflictului prin intermediul procesului de mediere. Aşadar, pentru a găsi o soluţie şi a stinge un conflict e nevoie de comunicare.” [2]

Comunicarea de mediere jurnalistică este un proces de creaţie, ce implică mai multe activităţi, orientate spre catalizarea schimbului de înţelesuri, reprezentate prin semne şi coduri, între, pe de o parte, părţile aflate în conflict, iar, pe de altă parte, între părţile aflate în conflict și întreaga societate. Astfel, spre deosebire de medierea juridică, care este un proces confidenţial, ce decurge cu uşile închise, medierea jurnalistică este un proces deschis, public, subiectul căruia întotdeauna este o problemă de interes public. Datorită acestei caracteristici, medierea jurnalistică poate fi calificată drept instrument de construire a realităţii sociale și a dialogului social.

Rezultatele comunicării de mediere jurnalistică se materializează în produse jurnalistice de natură informativă și analitică, care asigură proiecţia în timp și în spaţiu a evoluţiei conflictului supus medierii. „A comunica în mediere înseamnă mai întâi a cunoaște interlocutorul ca să știi ce, dar mai ales cum să îi comunici. Atunci când îți cunoști partenerul de discuție și îi comunici pe limba lui, totul devine înțeles. Atunci medierea prinde substanță, partea este implicată în mediere și, îmbinând și celelalte tehnici de mediere, înțelegerea părților se concretizează. Din acest motiv sinonimul medierii este dialogul și negocierea…” [3]

Analiza conflictului se face din perspective multiple: sociale, psihologice, economice, religioase, financiare, culturale, politice, interpersonale etc., fapt care solicită o documentare amplă și foarte minuțioasă. Pentru a colecta cât mai multe informații despre conflictul care urmează a fi mediatizat, jurnaliștii folosesc diverse tehnici de documentare și de analiză. În raport cu părțile aflate în conflict (în procesul de colectare a informațiilor acestea sunt surse primare de informare) jurnaliștii aplică o seamă de tehnici tradiționale de bază, așa precum:

- *Observarea directă*, care este orientată, în primul rând, spre comportamentul nonverbal al sursei de informare, apoi spre cel verbal. Paralimbajul și limbajul corpului interlocutorului, precum și modul în care el utilizează spațiul pentru comunicare pot fi, de multe ori, cheia

spre a afla nevoile reale, mulţumirile sau nemulţumirile acestuia. „În procesul de colectare a informațiilor, un rol crucial îl are comunicarea non-verbală, or, mimica și gesturile trădează intențiile adevărate ale interlocutorilor. Prima impresie pe care o produce întâlnirea faţă în faţă cu o persoană rezultă din ceea ce vedem şi auzim. Alura unei persoane – înfăţişarea şi mişcările ei, precum și modul în care ea spune ceva, oferă indicii intenţionate sau neintenţionate despre categoria socioeconomică din care ea face parte și despre felul în care ea percepe şi se raportează la o anumită situație.” [4, p. 100].

- *Intervievarea*, care rezidă în adresarea întrebărilor cu scopul de a colecta informații, păreri și opinii despre subiectul care urmează a fi mediatizat. Întrebările trebuie să fie deschise, astfel încât să determine interlocutorul să povestească despre ce s-a întâmplat, să-şi expună punctul de vedere asupra lucrurilor, să ofere răspunsuri ample, detaliate. Ele trebuie să fie clare şi concise, adresate într-o manieră pozitivă, cu pauze între ele, să stimuleze discuţia şi dorinţa de cooperare a interlocutorilor.

- *Ascultarea activă*, care presupune ascultarea și susținerea sursei de informare în procesul de expunere a naraţiunii sale. Intervențiile verbale și nonverbale ale jurnalistului au menirea să susțină interlocutorul sau să-l orienteze într-o direcție anume. În procesul de comunicare cu părțile aflate în conflict, jurnalistul trebuie să obțină încrederea acestora. El trebuie să folosească limbajul nonverbal, pentru a-și demonstra interesul față de cele relatate și pentru a încuraja interlocutorii și a le oferi susținere: să folosească o tonalitate vie, să aprobe discuţia prin gesturi, să privească interlocutorul în ochi şi să stea cu faţa spre el.

- *Reformularea întrebărilor* – tehnică, care se folosește pentru a transforma mesajul dintr-unul negativ într-unul neutru sau chiar pozitiv și cel mai des se aplică în situațiile în care părţile folosesc cuvinte care supără ori jignesc.

- *Parafrazarea* – tehnică, care presupune repetarea prin alte cuvinte a esenţei răspunsului, a ceea ce este perceput ca fiind conţinutul mesajului transmis. Parafrazarea expresiilor interlocutorului se face în scopul clarificării unor contexte, afirmații, poziții etc., ceea ce ajută la înţelegerea situaţiei de către jurnalist, de către părţile implicate în

conflict, iar, în ultima instanță, și de către consumatorul de produse media.

- *Rezumarea discuției*, care constă în reproducerea succintă, în cuvinte și expresii proprii, a celor mai importante idei/mesaje transmise; această tehnică se aplică pentru reiterarea pozițiilor , opiniilor, atitudinilor și tragerea concluziilor.

Suplimentar, jurnaliștii aplică și tehnici secundare, cum ar fi:

- personificarea unor situații similare celei pe care o trăiesc părțile aflate în conflict;
- schimbarea centrului de interes al discuției;
- reformatarea discuției;
- folosirea cuvintelor cu rezonanță, a cuvintelor pozitive;
- catalizarea discuției prin amplificarea unor anume subiecte;
- sustragerea atenției în vederea diminuării unor reacții infraliminale etc.

Un rol esenţial în procesul de colectare a informațiilor pentru medierea jurnalistică îl joacă empatia. Pentru a construi un climat psihologic favorabil, jurnalistul trebuie să fie empatic cu interlocutorul, să-i înțeleagă trăirile generale și stările de moment. El trebuie să consoneze cu interlocutorul, să fie pe aceeași undă comunicațională, să identifice sugestiile subliminale și semnalele interlocutorului, transmise sub limitele normale ale percepției, pentru a putea anticipa reacțiile acestuia în diferite situaţii. Jurnalistul trebuie să demonstreze empatie, dar nu afecțiune, milă sau simpatie, pentru că anume empatia înlesnește dialogul și eficientizează comunicarea cu sursele de informare.

Aplicarea unei sau altei tehnici depinde de natura conflictului, de cadrul relațional stabilit, de climatul care domină comunicarea, de reacțiile și comportamentul persoanei cu care jurnalistul se află în discuție, de stadiul discuțiilor, de momentele cheie ale dialogul etc.

În procesul de documentare în vederea realizării materialelor de mediere, jurnalistul se poate confrunta cu o serie de dificultăți care pot submina și chiar zădărnici colectarea informațiilor necesare pentru reflectarea integrală și complexă a problemei. Acestea pot fi legate de:

- atitudinile ostile reciproce (ale părților aflate în conflict);
- evidențierea greşelilor părții adverse și negarea propriilor greșeli;

- neasumarea responsabilității pentru situația creată;

- critica neconstructivă, fără a indica modul în care conflictul poate fi ameliorat;

- cuvintele cu rezonanță negativă (nu vreau, nu văd, nu pot, nu iert etc.), care pot bloca comunicarea, orientând-o pe o pistă greșită;

- limbajul licențios, care nu poate fi folosit în procesul de realizare a materialelor;

- emotivitatea negativă, necontrolată, care se poate transforma în stări psihice deviante;

- lipsa de neîncredere în jurnalist ca mediator;

- amenințările sau şantajarea jurnalistului;

- reacțiile subliminale ale actanților, care pot degenera în acțiuni violente față de jurnalist;

- comportamentul agresiv, care poate fi manifestat în raport cu jurnalistul etc.

Un obstacol serios în procesul de colectare a informațiilor poate deveni însuși jurnalistul, dacă el nu reușește să creeze un cadru relațional adecvat, să utilizeze un registru lingvistic potrivit, să adopte un comportament echilibrat și rațional. Pentru a nu compromite comunicarea cu sursele de informare, jurnalistul trebuie să evite coalizările, ridiculizările, insultele, ordinele şi ironia. De asemenea, el trebuie să se abțină să întrerupă actul de ascultare și să dea sfaturi necerute.

În comunicarea de mediere, activitatea de colectare a informațiilor constituie o etapă foarte importantă; acesteia îi revine un rol crucial, întrucât calitatea materialelor jurnalistice, iar, în linii mari, și rezultatele medierii, depind de complexitatea și reușita documentării jurnalistului pe marginea subiectului abordat. Comunicarea de mediere jurnalistică poate însă avea efecte limitate, slabe și de scurtă durată dacă:

- subiectul abordat nu prezintă interes și nu consonează cu așteptările publicului;

- jurnalistul nu este suficient de bine documentat;

- narațiunea nu este expusă într-un limbaj viu, plin de emoții;

- dorința publicului de a urmări evoluția subiectului în dinamica dezvoltării lui nu este alimentată permanent cu noi și noi detalii;

- argumentele nu sunt convingătoare, iar dovezile – certe;

- opiniile și părerile intervievaților sunt lipsite de expresivitate;

- materialul conține inadvertenţe structurale etc.

În presa tipărită, produsele jurnalistice concepute în vederea medierii conflictelor apar sub formă de cicluri de materiale de natură informativă, dar și analitică, înserate în rubrici specializate. În presa audiovizuală, acestea apar în ediții ciclice ale unor emisiuni specializate, în cadrul cărora sunt dezbătute diferite probleme sociale. „Dezbaterea este guvernată de rigorile unui subiect din actualitate care trebuie prezentat, explicat, elucidat sub toate aspectele, inclusiv prin prezentarea acelor laturi care prezintă unele controverse. […] zonele de interes pentru o emisiune de tip dezbatere sunt reprezentate de ceea ce se numește domeniul civil, politic, religios, științific, juridic etc. Dezbaterea este prin urmare o formă de comunicare prin care presa audiovizuală prezintă publicului ceea ce se petrece în spațiul public.” [5]

Majoritatea emisiunilor televizuale specializate în mediere sunt structurate pe trei dimensiuni: debutul, culminația și finalul. În debutul ediției sunt prezentate intervențiile părților implicate în conflict și a martorilor; în punctul culminant sunt concentrate expertizele, opiniile, interpretările și argumentele experților/analiștilor; iar în finalul emisiunii se produce dezlegarea, grație intervențiilor rezumative ale experților și analiștilor, menite să facă claritate deplină, să ofere sfaturi și soluții practice, să proiecteze perspective etc. Conceptul emisiunilor specializate în mediere, în mare parte, întrunește însemnele unui talk-show [6]; el este constant și nu variază de la o ediție la alta.

Sub aspect conceptual, medierea jurnalistică din presa tipărită nu se deosebește cu nimic de cea din presa audiovizuală, întrucât scopul și obiectivele care urmează a fi realizate prin intermediul produselor jurnalistice tipărite sau difuzate sunt, de regulă, aceleași. Diferențele dintre acestea apar însă la nivel funcțional, fiind determinate de faptul că în presa tipărită medierea are caracter extensiv, iar în cea audiovizuală – caracter intensiv.

Medierea jurnalistică extensivă, specifică presei tipărite, presupune o abordare de durată a problemei, extinsă din punct de vedere temporal; aceasta, de regulă, este expusă în câteva numere consecutive de ziar/revistă. Specificitatea medierii extensive rezidă în faptul că toate produsele jurnalistice din cadrul unui ciclu/ unei rubrici specializa-

te sunt dedicate și au ca subiect de reflecție și de reflectare aceiași problem, pe care o abordează în dinamica dezvoltării ei, prin prisma diverselor fațete ale acesteia.

Medierea jurnalistică intensivă, specifică presei televizuale, presupune o abordare consistentă, multiformă, pluridimensională a problemei, concentrată într-o singură ediție a emisiunii. Sub aspect temporal, durata medierii televizuale este condiționată de durata ediției propriuzise. Specificitatea medierii intensive rezidă în faptul că fiecare ediție a unei emisiuni specializate își are subiectul său real și actual, pe care îl prezintă din mai multe perspective și îl abordează pluridimensional. O emisiune specializată în mediere este constituită din ediții autonome – fascicule în evoluție – fiecare având misiunea să dezbată doar o problemă sau chiar doar un aspect al problemei. Acest gen de mediere este organizat după principiul: „O singură ediție – o singură problemă".

Materialele jurnalistice specializate în medierea conflictelor, indiferent dacă sunt produse pentru presa tipărită sau pentru cea audiovizuală, demonstrează anumite afinități, întrucât toate:

- sunt concepute pentru a aborda diferite situații de conflict în vederea identificării soluțiilor pentru rezolvarea sau, cel puțin, pentru diminuarea acestora;
- sunt orientate să dezvăluie adevăruri, folosind păreri, experiențe, argumente, expertize etc.;
- sunt concentrate în jurul interacțiunii opiniilor contradictorii ale actanților, martorilor, analiștilor, experți și/sau expertizelor de diferite niveluri;
- sunt localizate în rubrici sau emisiuni specializate constituite din mai multe ediții;
- toate materialele din cadrul unei rubrici sau edițiile din cadrul unei emisiuni sunt realizate de același autor, care, în funcție de situație, remediază, instigă sau dirijează cursul expunerilor;
- au caracter de noutate;
- conțin elemente analitice;
- sunt difuzate în lanț.

Așadar, comunicarea de mediere jurnalistică este genul de activitate jurnalistică ce se manifestă sub forma unor produse jurnalistice

integrate din categoria speciilor jurnalistice de opinie și comentative. Produsele jurnalistice realizate în vederea medierii conflictelor sunt concepute astfel încât să genereze schimburi de opinii din care să reiasă soluții. „În funcție de cum vorbește o persoană, în funcție de cum transmite mesajele către mediator ori cealaltă parte, putem observa diverse caractere, temperamente, persoane de un anumit tip. Încadrându-le într-un anume tip, vom putea să ne raportăm la acea persoană pe limbajul ei, pe unda ei, aducându-o pe un tărâm pozitiv.” [3]

Acompanierea mediatică a unui conflict în vederea medierii acestuia nu este o activitate deloc ușoară și presupune mai multe provocări, legate de:

- decizia jurnalistului de a selecta din multitudinea de evenimente un subiect anume și de a-l aduce pe agenda publică în vederea medierii jurnalistice a acestuia; evenimentul selectat trebuie să fie de interes public, să fie așteptat, interesant și util pentru o parte considerabilă a societății;

- complexitatea cazului: înainte de a iniția acompanierea mediatică a unui conflict, jurnalistul trebuie să evalueze volumul de muncă pe care urmează să-l realizeze și timpul necesar pentru realizarea acestui volum de muncă. Totodată, jurnalistul trebuie să-și autoevalueze potențialul său de creație și să stabilească dacă are suficiente competențe și energie, pentru a iniția medierea jurnalistică a acelui caz;

- crearea unui cadru relațional constructiv. Una dintre cele mai dificile misiuni ale jurnalistului mediator este să proiecteze un cadru relațional pozitiv și să asigure un climat psihologic favorabil, care să determine părțile să adopte un comportament corespunzător, să le insufle încredere și să le predispună la dialog. Claudiu Ignat şi Zeno Şuştac, autorii studiului *Modalități alternative de soluționare a conflictelor (ADR)*, susțin că mediatorul, încă de la început, stabileşte un ton de discuţii deschis şi pozitiv, care are rolul de a relaxa părţile şi de a crea o atmosferă deschisă; el solicită ca părţile să aibă un comportament adecvat, să fie înţelegători, cooperanţi, să treacă peste starea emoţională şi să fie obiectivi [7].

- ocuparea unei poziții neutre în raport cu toate părțile implicate în conflict. Una dintre condițiile de principiu ale succesului comunicării

de mediere jurnalistică este independența, echidistanța, neutralitatea și imparțialitatea jurnalistului atât în procesul de colectare a informațiilor, cât și în cel de redactare a materialelor. Calitatea actului de mediere depinde de optica prin care este reflectat conflictul, de unghiul prin care acesta este abordat, de argumentele prezentate și de judecățile de valoare emise în baza dovezilor, de limbajul narațiunii, dar, mai cu seamă, de poziția pe care jurnalistul o adoptă față de părțile implicate în conflict. Neutralitatea poziției față de părți devine, în cazul medierii, o virtute a jurnalistului, un însemn al integrității lui profesionale.

- tendința de a oferi sfaturi, de a eticheta sau de a judeca. Pe post de mediator, jurnalistul nu are voie să se dea cu părerea, să ofere sfaturi, să comenteze și să interpreteze acțiunile părților, cu atât mai mult – să judece sau să eticheteze. Cel mult, acesta poate aduce în discuție ideile proprii, prezentându-le drept argumente;

- obiectivitatea reflectării. Uneori jurnaliștii, trăind intens sentimentele părților implicate în conflict, își pierd imunitatea în raport cu acestea și cad în latura lacrimogenă a situației. În astfel de cazuri, ei tind să ofere suport sau să dea dreptate unei sau altei părți, ceea ce este inadmisibil, întrucât sentimentalismul și emotivitatea pot aduce atingere calității actului de mediere și pot submina reușita acestuia;

- presiunea exercitată de părți asupra jurnalistului.

Identitatea proprie a comunicării de mediere jurnalistică reiese din caracterul ei bivalent, social și, totodată, emoțional, care corespunde atât necesităților, cât și așteptărilor publicului. Datorită acestor atribute, produsele jurnalistice, concepute în vederea medierii conflictelor, se transformă în instrumente de dezbatere a problemelor, de identificare a soluțiilor și de creare a consensurilor pe marginea subiectelor abordate. Totodată, grație acestor însușiri, produsele jurnalistice de mediere se transformă și în mijloace de sensibilizare a publicului, care oferă cititorilor, radioascultătorilor și telespectatorilor posibilitatea de a trăi senzații noi și/sau de a retrăi sentimente cu o încărcătură emoțională sporită. Astfel, ele devin punctele de atracție maximală ale publicațiilor periodice și emisiunilor televizuale, care asigură menținerea și chiar creșterea tirajului/audienței acestora.

În prezent, comunicarea de mediere jurnalistică, dat fiind faptul că aduce în prim-plan subiecte de interes public, care pun în corelație

tragismul și emotivitatea, a devenit un element constitutiv indispensabil atât al grilelor de programe televizuale, cât și al conținuturilor redacționale ale publicațiilor periodice.

Referinţe bibliografice:

1. Stepanov, G. *Comunicarea televizuală de mediere*. În: Arta, 2022, nr. 2(AAV), pp. 124-128. ISSN 2345-1181.
2. Baciu, L. *Comunicarea în mediere*. Disponibil: http://www.cursuri-formare-mediere.ro/docs/articles/fcfd37d4fc-COMUNICAREA%20IN%20MEDIERE%20Loredana%20Baciu%20(De-Ma%20io).pdf[Accesat: 19.10.2023].
3. Dorin, I. *Despre comunicare și mediere,* 28.09.2013. Disponibil: https://www.blog.mediatoru.ro/despre-comunicare-si-tehnici-de-mediere/ [Accesat: 18.10.2023].
4. Stepanov, G. *Bazele jurnalismului*. Chișinău: CEP USM, 2018. 194 p. ISBN 978-9975-142-74-8.
5. *Definirea termenilor. Caracteristicile unei emisiuni dezbatere. Formatul unei astfel de emisiuni*. Disponibil: https://www.scrigroup.com/diverse/jurnalism/Definirea-termenilor-Caracteri32312.php[Accesat: 19.10.2023].
6. *Emisiune – Talk-show*. Disponibil: https://wikicro.icu/wiki/Talk_show[Accesat: 19.10.2023].
7. Șuștac, Z., Ignat, C. *Modalități alternative de soluționare a conflictelor (ADR)*. București: Universitară, 2008. 242 p. ISBN 9789737494467.